

**PEMBERDAYAAN KERAJINAN TAS MENDONG
UNTUK MENINGKATKAN NILAI TAMBAH**

EMPOWERMENT OF MENDONG BAG CRAFTS TO INCREASE ADDED VALUE

Iva Nurdiana Nurfarida*, Endi Sarwoko

Universitas PGRI Kanjuruhan Malang

*Email: ivanurdiana@unikama.ac.id

(Diterima 26-01-2023; Disetujui 25-02-2023)

ABSTRAK

Sentra Mendong Wajak merupakan salah satu UMKM yang ada di Desa Wajak Kecamatan Wajak Kabupaten Malang, yang memproduksi kerajinan berbahan mendong seperti tampar mendong dan tikar. Permasalahan yang telah diidentifikasi yaitu nilai tambah produksi mendong rendah, karena hanya menghasilkan produk utama tampar mendong sebagai produk setengah jadi untuk bahan baku tikar mendong, masalah lain adalah penjualan hanya berdasarkan pesanan karena belum memiliki pasar sendiri. Solusi yang diusulkan dari kegiatan PKM meliputi pengembangan produk (diversifikasi) kerajinan berbahan untuk meningkatkan nilai tambah, dan pendampingan pemasaran. Target luaran yang akan dicapai dari kegiatan PKM ini meliputi peningkatan produksi dan pendapatan sebesar 30%, memiliki produk unggulan kerajinan berbahan mendong, dan memiliki pasar sendiri (*marketplace*). Metode kegiatan dilaksanakan menggunakan metode *based participatory* dimana pengabdian dan mitra berpartisipasi aktif dalam penentuan program sebagai solusi permasalahan, bagaimana keputusan diambil, dan target luaran yang akan dicapai bersama dari kegiatan. Hasil kegiatan PKM ini berupa diversifikasi produk kerajinan mendong, peningkatan penjualan, dan peningkatan pendapatan.

Kata kunci: kerajinan mendong, pemberdayaan, nilai tambah

ABSTRACT

Sentra Mendong Wajak is one of the MSMEs in Wajak Village, Wajak District, Malang Regency, which produces handicrafts made from mendong, such as mendong slaps and mats. The problem that has been identified is that the added value of mendong production is low, because it only produces the main product slap mendong as a semi-finished product for raw material for mendong mats, another problem is sales only based on orders because they do not have their own market. The solutions proposed from PKM activities include product development (diversification) of handicrafts made from materials to increase added value; and marketing assistance. The output targets to be achieved from this PKM activity include increasing production and income by 30%, having superior products made of Mendong handicrafts, and having its own market (marketplace). The activity method is carried out using the Based Participatory method where servants and partners actively participate in determining the program as a solution to problems, how decisions are made, and output targets to be achieved together from activities. The results of this PKM activity are product diversification of mendong handicraft products, increased sales, and increased income.

Keywords: mendong craft, empowerment, value added

PENDAHULUAN

Desa Wajak merupakan salah satu desa di Kecamatan Wajak Kabupaten Malang, tepatnya di wilayah Malang selatan, berjarak sekitar 23 km dari Kota Malang. Kecamatan Wajak memiliki luas sekitar 9.456 ha, sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Turen dan Dampit, sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Poncokusumo, sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Turtoyudo, sedangkan sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tajinan dan Bululawang. Kecamatan Wajak terdiri atas 13 desa, dengan total penduduk berdasarkan data tahun 2019 sebanyak 89.996 jiwa (malang.go.id,

2020b). Mata pencaharian penduduk desa Wajak mayoritas sebagai petani dan pedagang, dan sebagian kecil sebagai perajin. Salah satu kerajinan yang ditekuni oleh masyarakat adalah kerajinan mendong untuk pembuatan tikar mendong, keranjang, tas, dan beberapa hiasan. Kerajinan mendong sebenarnya sudah lama ditekuni masyarakat di desa Wajak, dengan produk utama tampar dan tikar mendong. Bahkan oleh pemerintah Kabupaten Malang kerajinan mendong ditetapkan sebagai komoditas khas Kecamatan Wajak (malang.go.id, 2020a)

Lahirnya kerajinan mendong di desa Wajak dan sekitarnya tidak lepas dari banyaknya petani di sana yang menanam mendong. Awalnya para petani mendong ini menjual hasil produksinya hanya berupa mendong mentah (gambar 1) dan penjualannya berupa ikatan besar, dijual ke pasar sebagai bahan baku pembuatan tampar mendong dan tikar. Lalu mulailah penduduk sekitar melihat peluang dengan mengolah mendong mentah untuk dibuat tampar mendong sebagai bahan pembuatan tikar dan keranjang. Namun semakin banyaknya tikar lipat produksi pabrik, maka dari tahun ke tahun permintaan tikar mendong turun, hanya beberapa perajin yang mampu bertahan dan tetap menekuni kerajinan mendong, dan produk yang masih laku sampai sekarang adalah tampar mendong (Gambar 2).



Gambar 1. Mendong



Gambar 2. Hasil Produksi Tampar Mendong

Sentra Mendong Wajak (SEMENJAK) adalah salah satu perajin mendong yang sampai sekarang masih bertahan mengolah mendong menjadi tampar mendong. Menurut pemilik yaitu Agus Pribadi, usaha ini tetap dipertahankan karena selalu ada pesanan tampar mendong dari sekitar Kabupaten Malang.

Produksi pengolahan mendong menjadi tampar mendong melalui tahap yang sederhana yaitu proses melilit dan mengepang (kelabangan). Tahap pertama setelah pemilihan bahan,

mendong diproses “lilit” dimenggunakan bantuan alat (disebut: Sekiran), hasil dari proses pelilitan ini dilanjutkan dengan proses “mengelabang/mengepang”, proses ini juga dengan bantuan alat sederhana yang dibuat sendiri oleh perajin (alat kepang), hasil kepang ini akan menjadi produk tampar mendong. Bahan baku mendong mentah di pasar dijual per ikat (“bentel”) dengan harga sekitar Rp 100.000, dan berat kisaran 15-18 kg. Jika sudah menjadi produk tampar mendong, harga di pasar tradisional Wajak dan sekitarnya antara Rp 14.000 per kilogram, jika dirata-rata setiap ikat/”bentel” bahan mendong mentah menjadi tampar mendong akan menghasilkan keuntungan kotor Rp 150.000 (belum dikurangi biaya produksi). Proses produksi satu ikat mendong tersebut membutuhkan waktu sekitar 3 hari kerja.

Permasalahan yang diidentifikasi dari Sentra Mendong Wajak ini sebagai berikut:

1. Belum memiliki pasar sendiri dan penjualan berdasarkan pesanan

Penjualan produk Sentra Mendong Wajak selama ini murni berdasarkan pesanan dari para pelanggan. Para pemesan tampar mendong selama ini berasal dari wilayah Kabupaten Malang saja, seperti dari Wajak sendiri, Pagak, Dampit, Turen, dan Tumpang. Pemesan selama ini adalah para penjual atau pengepul tampar mendong, untuk dijual kembali di pasar. Jadi hampir tidak ada penerapan manajemen pemasaran di Sentra Mendong Wajak. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik, keluhan paling berat dari produksi mendong adalah kemana harus menjual. Sentra Mendong Wajak belum membuat produk yang dipasarkan sendiri misalnya ke pasar atau dititipkan. Permasalahan ini sejalan dengan pendapat Harjoseputro dan Herawati (2018) bahwa salah satu permasalahan adalah kompetensi dalam melaksanakan pemasaran produk. Selain permasalahan kemampuan pemasaran mitra belum memiliki ide tentang produk apa yang seharusnya dihasilkan dan akan laku jika dijual, padahal apabila ada pesanan untuk membuat produk tertentu selalu bisa dibuatkan.

2. Jenis produksi terbatas tampar mendong

Produk utama dari Sentra Mendong Wajak adalah tampar mendong sebagai bahan baku tikar mendong. Tampar mendong adalah bahan setengah jadi yang dijual ke pedagang atau pengepul untuk dijual lagi atau diproses menjadi tikar mendong. Sebenarnya bahan dasar tampar mendong bisa diolah lebih lanjut menjadi produk-produk kerajinan atau hiasan rumah tangga yang bernilai ekonomis lebih tinggi, namun pemilik belum memiliki ide untuk membuat produk jadi hasil dari pengolahan tampar mendong, atau dapat dikatakan nilai tambah produk masih rendah. Strategi berbasis orientasi pasar perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing UKM (Hadiyati et al., 2018), oleh

karena penting bagi mitra untuk memahami perubahan pasar termasuk perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan membantu mitra untuk permasalahan prioritas yaitu bidang produksi dan pemasaran. Penguatan bidang produksi bertujuan untuk mengembangkan produk (diversifikasi produk) selain tampar mendong untuk meningkatkan nilai tambah. Penguatan bidang pemasaran dimaksudkan untuk membantu mengidentifikasi peluang pasar tentang produk yang sedang diminati, agar mitra mampu melakukan pemasaran secara mandiri tidak tergantung pada pesanan, serta pendampingan penjualan online melalui *marketplace*. Target dari kegiatan ini adalah Sentra Mendong Wajak akan memiliki produk lain selain tampar mendong, selain itu memiliki pasar sendiri untuk memasarkan produknya, tidak lagi hanya mengandalkan pesanan.

BAHAN DAN METODE

Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah perajin mendong yang berlokasi di Desa Wajak, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang, Jawa Timur, secara khusus yaitu perajin mendong yang sampai sekarang masih bertahan mengolah mendong menjadi tampar mendong.

Kegiatan PKM mengadopsi pendekatan *Based Participatory* (Hacker, 2013) yaitu pelaksanaan pengabdian yang mengolaborasikan antara permasalahan mitra dengan solusi yang akan dilaksanakan didasarkan pada pengalaman pengabdi. Kelebihan pendekatan ini mitra dan pengabdi berpartisipasi aktif dalam penentuan program sebagai solusi permasalahan, bagaimana keputusan diambil, dan target luaran yang akan dicapai bersama dari kegiatan ini. Poin penting dari pendekatan *Based Participatory* adalah adanya integrasi antara pengetahuan yang dimiliki pengabdi dengan keterampilan yang dimiliki mitra, agar perilaku dapat diarahkan dan tujuan pengabdian tercapai (Sarwoko *et al.*, 2021). Pendekatan ini dilaksanakan dengan beberapa metode pelaksanaan, yaitu sebagai berikut:

1. *Brainstorming*

Kegiatan untuk mengetahui permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, selanjutnya dirumuskan bersama alternatif solusi apa untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

2. Pendampingan

Pendampingan yang akan dilaksanakan pada prinsipnya untuk menyelesaikan permasalahan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran.

a. Pendampingan Manajemen Produksi

Pendampingan manajemen produksi dilakukan untuk mendorong pelaku usaha mengembangkan produk (diversifikasi). Diversifikasi produk dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah produk dari produk utama tamper mendong, menjadi beberapa kerajinan berbahan dasar mendong, seperti tas, vas, keranjang, hiasan dinding, dan lain-lain. Melalui diversifikasi produk atau pembuatan produk selain tamper mendong akan meningkatkan nilai tambah (Sarwoko *et al.*, 2019). Selain itu, diharapkan terjadi peningkatan pendapatan atau perekonomian masyarakat setempat (Tedjaningsih *et al.*, 2018).

b. Pendampingan Pemasaran

Terkait pemasaran difokuskan pada pendampingan pembuatan akun di *marketplace* seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, bagaimana mengoperasikan (menawarkan produk di *marketplace*), bagaimana cara bertransaksi dan layanan kepada pembelian, dan sebagainya. Metode ini perlu dilakukan karena pilihan strategi pemasaran yang tepat penting bagi pengembangan usaha (Purwanti, 2013). Metode pendampingan dipilih dengan pertimbangan efektif untuk menyelesaikan permasalahan mitra, karena sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka (Rofieq *et al.*, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Manajemen Produksi

Pendampingan manajemen produksi dilaksanakan melalui *Small Discussion* dengan pemilik usaha, membahas tentang diversifikasi produk. Pada saat tim pengabdian observasi ke lokasi, sebenarnya Sentra Mendong Wajak ini memiliki keterampilan mengembangkan produk selain tamper mendong, hanya saja selama ini pembuatannya didasarkan pada pesanan dari konsumen.

Pada kegiatan pengabdian ini, pengabdian mengajak pemilik usaha untuk membuat beberapa varian produk selain tamper mendong, hasilnya seperti yang disajikan pada gambar 3 seperti keranjang, hiasan ruang tamu, vas bunga, tas multifungsi.



Gambar 3. Aneka Produksi Kerajinan Mendong

Selain beberapa produk yang bisa dihasilkan, ada salah satu produk yang menarik untuk bisa dikembangkan oleh Sentra Mendong Wajak ini yaitu tas kombinasi kain dengan mendong (gambar 4). Produk tas ini bisa berpeluang untuk dikembangkan dan menjadi produk unggulan, karena bentuknya sudah mengikuti selera konsumen saat ini, ada kombinasi antar tas modern dengan keunikan motif anyaman mendong.



Gambar 4. Tas Kombinasi Mendong

Pendampingan Pemasaran

Terkait pemasaran difokuskan pada pendampingan pembuatan akun di *marketplace* seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, bagaimana mengoperasionalkan (menawarkan produk di *marketplace*), bagaimana cara bertransaksi dan layanan kepada pembelian, dan sebagainya.

Hasil yang Diperoleh

1. Dampak Ekonomi

Kegiatan PKM memberikan dampak pada masyarakat sasaran berupa:

- a. Keragaman produk bertambah
- b. Peningkatan omzet 25%.
- c. Peningkatan pendapatan 20%.

2. Dampak Sosial

Selain dampak ekonomi, kegiatan pengabdian memiliki dampak sosial yaitu terjadi sinergi yang saling antara perguruan tinggi dengan para perajin. Perguruan tinggi menerapkan ilmu pengetahuan dalam praktik dunia usaha, dapat membantu mengembangkan usaha para perajin mendong.

KESIMPULAN DAN SARAN

Masalah klasik yang dialami usaha mikro dan kecil dalam menjalankan usahanya adalah masih rendahnya inovasi produk atau terbatasnya produk yang dihasilkan, mereka masih fokus pada produk utama. Demikian pula sentra Mendong Wajak sebagai salah satu *home industry* yang ada di Desa Wajak Kecamatan Wajak, hanya memiliki produk utama berupa tampar mendong, ditambah lagi permasalahan pemasaran dimana produksi hanya berdasarkan pesanan saja. Hal ini menyebabkan usaha sentra mendong ini sulit berkembang dari waktu ke waktu.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut dirumuskan kegiatan pendampingan produksi dan pemasaran, dengan mengembangkan produk lain selain tampar mendong, tujuannya untuk meningkatkan nilai tambah produk. Selain itu, untuk menunjang bertambahnya jenis produksi maka dilakukan pendampingan pemasaran, untuk membekali pemilik melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial atau *marketplace*. Kegiatan PKM ini telah memberikan manfaat bagi mitra berupa peningkatan nilai tambah produk, rintisan pasar, dan peningkatan omzet.

Saran kepada mitra, memperbanyak varian produk hasil kerajinan mendong sehingga banyak menarik minat konsumen untuk membeli, kepada Pemerintah Kabupaten Malang diharapkan dapat mengalokasikan pendanaan untuk permodalan kepada perajin mendong, karena pembuatan produk selain tampar mendong membutuhkan investasi modal kerja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan dukungan pendanaan dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas PGRI Kanjuruhan Malang. Ucapan terima kasih kepada mitra pengabdian atas keterlibatan dan dukungannya selama kegiatan pengabdian ini dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hacker, K. (2013). *Community-based participatory research*. Sage publications.
- Hadiyati, E., Gunadi, G., & Arwani, I. (2018). Pelatihan Tata Kelola Pemasaran Produk Berbasis Mobile Marketing UKM Industri Perak. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(2), 33–43.
- Harjoseputro, Y., & Herawati, F. A. (2018). Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi Kampung Wisata Rejowinangun dan Pakualaman, Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Malang.go.id. (2020a). *Kerajinan Mendong*.
<https://www.malangkab.go.id/mlg/default/detail-potensi?daerah=9>
- Malang.go.id. (2020b). *Profil Kecamatan Wajak Kabupaten Malang*.
<https://www.malangkab.go.id/mlg/default/page?title=Wajak-profil-kecamatan-wajak-kabupaten-malang>
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1), 13–28.
- Rofieq, M., Permatasari, D., & Farida, L. (2018). Model Pendampingan Umkm Bidang Kerajinan Menjadi Start-Up Sukses Di Kota Malang. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(2), 1–8.
- Sarwoko, E., Nurdiana, I., & Ahsan, M. (2019). Peningkatan Nilai Tambah Perajin Dupa Desa Petungsewu Kecamatan Wagir Kabupaten Malang. *Jurnal Terapan Abdimas*, 4(1), 7–12.
- Sarwoko, E., Nurfaida, I. N., & Ahsan, M. (2021). Membangun Strategi Kemitraan Untuk Meningkatkan Pendapatan Perajin Tusuk Sate di Kabupaten Malang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(3), 407–414.
- Tedjaningsih, T., Suyudi, S., & Nuryaman, H. (2018). Peran kelembagaan dalam pengembangan agribisnis mendong. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 4(2), 210–226.